

मोबाइल बैंकिंग के बारे में धारणा और जागरूकता पर एक अध्ययन

डॉ रघुवीर सिंह मीणा

सह आचार्य

लेखा एवं व्यावसायिक सांख्यिकी राजकीय महाविद्यालय, टोंक

सार

इस शोध अध्ययन का उद्देश्य मोबाइल बैंकिंग के संबंध में उत्तर प्रदेश शहर में युवाओं के ग्राहक व्यवहार और उपयोग के इरादों की जांच करना है। अनुभवजन्य अध्ययन डिजाइन का चयन किया गया था, और सुविधा नमूनाकरण विधि के उपयोग के माध्यम से लक्षित आबादी के सदस्यों से प्रतिक्रियाएं एकत्र करने के लिए सर्वेक्षण तकनीक का उपयोग किया गया था। संकलित और एकत्रित होने के बाद मुख्य डेटा पर प्रतिशत विश्लेषण, सहसंबंध विश्लेषण, कारक विश्लेषण और एकाधिक प्रतिगमन विश्लेषण जैसे विश्लेषण किए गए थे। ये विश्लेषण एसपीएसएस संस्करण 23.0 और प्रासंगिक सांख्यिकीय उपकरणों के साथ किए गए थे। सांख्यिकीय साक्ष्यों के अनुसार, मोबाइल बैंकिंग उपयोग के इरादे को बनाने वाले चर को पांच स्वतंत्र कारकों तक कम कर दिया गया है। इन कारकों को उनके प्रभुत्व के क्रम में सुविधा कारक (सीएफ), लाभ कारक (बीएफ), विचार-विमर्श कारक (डीएफ), सुरक्षा कारक (एसएफ), और ट्रस्ट फैक्टर (टीएफ) के रूप में जाना जाता है। व्यवसाय वह कारक है जिसका कुल मोबाइल बैंकिंग उपयोग के इरादे पर सबसे महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है, इसके बाद मोबाइल बैंकिंग सेवा के बारे में जानकारी का प्रमुख स्रोत है।

मुख्य शब्द: मोबाइल बैंकिंग,

परिचय

आज के तेज़-तर्रार डिजिटल युग में, वित्तीय सेवा उद्योग में एक महत्वपूर्ण परिवर्तन आया है, मोबाइल बैंकिंग के उद्भव ने व्यक्तियों के अपने वित्त को प्रबंधित करने के तरीके को नया आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। मोबाइल बैंकिंग, जिसमें स्मार्ट फोन और मोबाइल उपकरणों के माध्यम से पहुंच योग्य सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है, ने अपनी सुविधा, पहुंच और उपयोगकर्ताओं को उनके वित्तीय मामलों पर अभूतपूर्व नियंत्रण के साथ सशक्त बनाने की क्षमता के कारण तेजी से लोकप्रियता हासिल की है। इस अध्ययन का उद्देश्य व्यक्तियों के बीच धारणा और जागरूकता के स्तर पर ध्यान केंद्रित करते हुए मोबाइल बैंकिंग के दायरे में जाना है। ऐसे युग में जहां स्मार्ट फोन सर्वव्यापी हो गए हैं, यह समझना वित्तीय संस्थानों, नीति निर्माताओं और शोधकर्ताओं के लिए समान रूप से आवश्यक है कि उपभोक्ता मोबाइल बैंकिंग सेवाओं को कैसे देखते हैं और उनसे कैसे जुड़ते हैं। मोबाइल बैंकिंग ने हमारे वित्तीय लेनदेन करने के तरीके में गहरा बदलाव लाया है, खाते की शेष राशि की जांच करने से लेकर धन हस्तांतरित करने, बिलों का भुगतान करने और यहां तक कि वित्तीय बाजारों में निवेश करने तक। यह उपयोगकर्ताओं को किसी भी समय और कहीं से भी अपने खातों तक पहुंचने

की अनुमति देता है, जो भौगोलिक और अस्थायी बाधाओं को तोड़ता है जो एक बार पारंपरिक बैंकिंग में बाधा डालते थे। मोबाइल बैंकिंग द्वारा प्रदान किए जाने वाले कई लाभों और सुविधाओं के बावजूद, इसकी स्वीकार्यता, सुरक्षा चिंताओं और क्या उपयोगकर्ताओं को इसकी क्षमताओं के बारे में पूरी तरह से जानकारी है या नहीं, इसके बारे में सवाल बने हुए हैं। जैसे-जैसे मोबाइल बैंकिंग का चलन बढ़ रहा है, इन सेवाओं के संबंध में व्यक्तियों की धारणाओं, दृष्टिकोण और जागरूकता के स्तर को समझना महत्वपूर्ण है। इस तरह की अंतर्दृष्टि वित्तीय संस्थानों, सरकारी एजेंसियों और प्रौद्योगिकी प्रदाताओं को उनकी मोबाइल बैंकिंग पेशकशों को अनुकूलित करने और उपयोगकर्ता अनुभवों को बढ़ाने में सूचित कर सकती है।

उद्देश्य:

1. ग्राहकों के पास मोबाइल बैंकिंग सेवाओं के संबंध में ज्ञान के स्तर की जांच करना।
2. उन असंख्य कारणों की समझ हासिल करना जिनके लिए ग्राहक मोबाइल बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करते हैं।
3. मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करते समय ग्राहकों के सामने आने वाली चुनौतियों का निर्धारण करना।

अनुसंधान क्रियाविधि

यह शोध अध्ययन विषय के प्रति अपने दृष्टिकोण में वर्णनात्मक और अनुभवजन्य दोनों था। शोधकर्ताओं ने उत्तर प्रदेश में रहने वाले बैंक ग्राहकों से प्राथमिक डेटा के रूप में जानकारी एकत्र करने के लिए एक सर्वेक्षण दृष्टिकोण का उपयोग किया। सर्वेक्षण पद्धति में एक अच्छी तरह से डिजाइन और संरचित प्रश्नावली शामिल थी, और शोधकर्ताओं ने उत्तरदाताओं को चुनने के लिए एक सुविधाजनक नमूना रणनीति का उपयोग किया। जो डेटा प्राप्त किया गया था उसे उपकरण की स्थिरता और वैधता की जांच के लिए एक पायलट अध्ययन के माध्यम से रखा गया था। क्रोनबैक के अल्फा विश्वसनीयता गुणांक के लिए 0.896 का परिणाम दर्शाता है कि पैमाना अपनी प्राकृतिक अवस्था में अधिक सुसंगत और अत्यधिक विश्वसनीय है। अध्ययन के लिए चुने गए स्थानों में बैंक ग्राहकों को कुल 160 प्रश्नावली भेजी गईं, हालांकि उनमें से केवल 148 सर्वेक्षण उत्तरदाताओं द्वारा सभी आवश्यक जानकारी भरने के साथ वापस कर दिए गए। अध्ययन में प्रतिभागियों के 128 उत्तरों के पूर्ण नमूना आकार का उपयोग किया गया।

प्रश्नावली डिज़ाइन

उत्तरदाताओं की व्यक्तिगत और बैंकिंग प्रोफ़ाइल को समझने के लिए प्रतिशत विश्लेषण और वर्णनात्मक आंकड़ों का उपयोग किया गया, जिसमें उनका लिंग, वैवाहिक स्थिति, परिवार की प्रकृति, शैक्षिक योग्यता, व्यावसायिक स्थिति, रुपये में मासिक पारिवारिक आय, मोबाइल बैंकिंग उपयोग की आवृत्ति, प्रकृति शामिल थी। बैंक खाता, और मोबाइल बैंकिंग के संबंध में जानकारी का प्राथमिक स्रोत। इन विश्लेषणों के परिणाम अनुलग्नक तालिका 1 में प्रस्तुत किए गए हैं, जिन्हें नीचे पाया जा सकता है।

तालिका 1 उत्तरदाताओं के व्यक्तिगत जीवन और वित्तीय स्थिति की विशेषताएं

जनसांख्यिकीय विशेषताएं (एन = 128)	आवृत्ति	प्रतिशत (%)
लिंग		
पुरुष	88	68.8
महिला	40	31.2
वैवाहिक स्थिति		
विवाहित	17	13.3
अविवाहित	111	86.7
परिवार का स्वरूप		
एकल/छोटा परिवार	99	77.3
संयुक्त परिवार	29	22.7
शैक्षणिक योग्यता		
एचएससी तक	9	7.0
स्नातक	48	37.5
स्नातकोत्तर	70	54.7
पेशेवरों	1	0.8
व्यावसायिक स्थिति		
विद्यार्थी	25	19.5
वेतनभोगी	87	68.0

स्वनियोजित	11	8.6
पेशेवरों	3	2.3
घर निर्माताओं	2	1.6
मासिक पारिवारिक आय (रु.)		
15K से कम	37	28.9
15K-30K	51	39.8
30K-45K	28	21.9
45K से ऊपर	12	9.4
मोबाइल बैंकिंग उपयोग की आवृत्ति		
प्रति घंटा	16	12.5
दैनिक	31	24.2
साप्ताहिक	50	39.1
महीने के	31	24.2
बैंक खाते की प्रकृति		
सार्वजनिक क्षेत्र का बैंक	68	53.1
निजी क्षेत्र का बैंक	26	20.3
दोनों	34	26.6
मोबाइल बैंकिंग सेवा के बारे में जानकारी का प्रमुख स्रोत		

जनसांख्यिकीय विशेषताएँ (एन = 128)	Frequency	Percentage (%)
बैंकों	26	20.3
समाचार पत्र	27	21.5
आधिकारिक वेबसाइटें	20	15.6
पत्रिका	12	09.0
सोशल नेटवर्क	28	21.9
अन्य	15	11.7
आयु (साल)		
अर्थ	23.31	
एसटीडी. विचलन	2.477	
न्यूनतम	18	
अधिकतम	30	

तालिका 1 से पता चलता है कि अधिकांश उत्तरदाता पुरुष (68.8%) हैं, कि वे एकल हैं (86.7%), कि वे एकल घरों से आते हैं (77.3%), कि उनके पास स्नातकोत्तर डिग्री है (54.7%), और कि वे वेतनभोगी कर्मचारी हैं (68.0%)। सर्वेक्षण में शामिल अधिकांश लोगों की घरेलू आय 15,000 से 30,000 रुपये प्रति माह थी। अधिकांश उत्तरदाता सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों के ग्राहक हैं, और अधिकांश उत्तरदाता प्रति सप्ताह कम से कम एक बार (39.1%) मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करते हैं। इसके अलावा, अधिकांश उत्तरदाताओं का मानना है कि उपलब्ध मोबाइल बैंकिंग सेवाओं के बारे में जानने के लिए सोशल नेटवर्क साइटें सबसे महत्वपूर्ण स्रोत हैं। उत्तरदाताओं की आयु के लिए मानक विचलन 2.477 है, जबकि उत्तरदाताओं की औसत आयु 23.31 वर्ष है। सर्वेक्षण का जवाब देने वालों की उम्र क्रमशः 18 से 30 वर्ष के बीच थी।

घटक विश्लेषण का उपयोग किया गया था ताकि अठारह मोबाइल बैंकिंग उपयोग इरादे (एमबीयूआई) चर के अंतर्निहित आयामों को समझा जा सके और चर को अधिक प्रबंधनीय और स्वतंत्र मात्रा में छोटा किया जा सके। घटक विश्लेषण में, कैसर सामान्यीकरण के साथ वेरिमेक्स की निष्कर्षण विधि और रोटेशन विधि के प्रमुख घटक विश्लेषण का उपयोग किया गया था, और परिणाम तालिका 1 में प्रस्तुत किए गए हैं।

मोबाइल बैंकिंग उपयोग आशय कारकों का संबंध

मोबाइल बैंकिंग उपयोग इरादा चर के पांच प्रमुख कारकों, अर्थात् सुविधा कारक (सीएफ), लाभ कारक (बीएफ), विचार-विमर्श कारक (डीएफ), और सुरक्षा कारक के बीच संबंध को समझने के लिए सहसंबंध विश्लेषण लागू करने के परिणाम (एसएफ), तालिका 2 में प्रदर्शित हैं।

तालिका 2 मोबाइल बैंकिंग उपयोग के इरादे कारक एक दूसरे से कैसे संबंधित हैं

आयाम	अर्थ (एसडी)	एफ1	एफ 2	एफ 3	एफ 4	एफ 5
सुविधा कारक	19.00 (3.75)	1				
लाभ कारक	15.93 (2.97)	0.270** (0.002)	1			
विचार-विमर्श कारक	12.48 (3.08)	0.078 (0.384)	0.091 (0.310)	1		
सुरक्षा कारक	10.02 (2.47)	0.211* (0.017)	0.231** (0.009)	0.374** (0.000)	1	
प्रेरणा कारक	8.02 (1.30)	0.204* (0.021)	0.196* (0.026)	0.392** (<0.001)	0.179* (0.043)	1

तालिका 2 के अनुसार, किसी व्यक्ति की मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करने की इच्छा को प्रभावित करने वाले सभी कारकों का एक दूसरे के साथ पर्याप्त संबंध होता है, विचार-विमर्श कारक (डीएफ) को

छोड़कर। विचार-विमर्श कारक (डीएफ) और मोबाइल बैंकिंग उपयोग के इरादे को निर्धारित करने वाले अन्य तत्वों के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है।

मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करने के इरादे पर उत्तरदाताओं की व्यक्तिगत और बैंकिंग प्रोफ़ाइल का प्रभाव

कुल मोबाइल बैंकिंग उपयोग इरादे (एमबीयूआई) पर उत्तरदाताओं की व्यक्तिगत और बैंकिंग प्रोफ़ाइल के प्रभाव की प्रासंगिकता की जांच मल्टीपल रिग्रेशन विश्लेषण का उपयोग करके की गई थी, और निष्कर्ष नीचे तालिका 3 में प्रस्तुत किए गए हैं।

तालिका 3 उत्तरदाताओं की व्यक्तिगत और वित्तीय प्रोफ़ाइल और उनका इस पर प्रभाव कि वे मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करना चाहते हैं या नहीं

निर्भर चर	महत्वपूर्ण भविष्यवक्ता	माध्य (एसडी)	एफ- मूल्य	आर	आर ²	समायोजित आर ²	β (टी-मान)	पी-कीमत
मोबाइल बैंकिंग का उपयोग इरादा		65.44 (8.40)	12.5 91	0.4 09	0.1 68	0.154		
	व्यावसायिक स्थिति	1.50 (0.869)					-0.308 (- 3.780)	<0.001 **
	मोबाइल बैंकिंग के बारे में जानकारी का प्रमुख स्रोत सेवा	3.25 (1.734)					0.269 (3.300)	<0.001 **

<0.001* के P मान पर 35.044 के t मान के साथ स्थिर - (आयु (वर्ष) ($\beta = 0.038$; t-मान = 0.399; Sig = 0.691), लिंग ($\beta = 0.114$; t-मान = 1.397; Sig = 0.165)), वैवाहिक स्थिति ($\beta = -0.003$; t-मान = -0.035; Sig = 0.972), परिवार की प्रकृति ($\beta = -0.068$; t-मान = -0.802; Sig = 0.424), शैक्षिक योग्यता ($\beta = 0.106$; टी-वैल्यू = 1.256; सिग = 0.212), मासिक पारिवारिक आय (₹.) ($\beta = -0.156$; टी-वैल्यू = -1.885; सिग = 0.062), बैंक खाते की प्रकृति ($\beta = 0.085$; टी- वैल्यू = 1.035 ; सिग = 0.303), मोबाइल बैंकिंग उपयोग की आवृत्ति ($\beta = 0.031$; टी-वैल्यू = 0.372; सिग = 0.710) एमबीयूआई को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित नहीं कर रहे हैं)

टिप्पणियाँ: ** 1% स्तर पर महत्वपूर्ण

एकाधिक प्रतिगमन विश्लेषण के परिणाम, जो तालिका 4 में प्रस्तुत किए गए हैं, संकेत देते हैं कि ओएलएस मॉडल में फिट की अच्छाई की डिग्री एफ = 12.591, पी 0.001 है। कुल मोबाइल बैंकिंग उपयोग के इरादे को प्रभावित करने वाले सबसे महत्वपूर्ण कारक के रूप में व्यावसायिक स्थिति का पालन करना मोबाइल बैंकिंग सेवा के बारे में ज्ञान का सबसे बड़ा स्रोत है, और ये दोनों कारक संयुक्त रूप से कुल मोबाइल बैंकिंग उपयोग के इरादे में 16.8% की भिन्नता के लिए जिम्मेदार हैं। जो लोग सामाजिक नेटवर्क को मोबाइल बैंकिंग के संबंध में जानकारी का सबसे महत्वपूर्ण स्रोत मानते हैं, उनका मोबाइल बैंकिंग उपयोग का इरादा उन लोगों की तुलना में अधिक है जो छात्रों और वेतनभोगी कर्मचारियों को सबसे महत्वपूर्ण स्रोत मानते हैं। इसके अलावा, जो लोग अन्य स्रोतों को कम महत्वपूर्ण मानते हैं उनका मोबाइल बैंकिंग उपयोग का इरादा अधिक होता है। अन्य व्यक्तिगत और बैंकिंग कारक, जैसे उम्र, लिंग, वैवाहिक स्थिति, परिवार का प्रकार, शैक्षणिक योग्यता, मासिक पारिवारिक आय (रुपये में), बैंक खाते का प्रकार और मोबाइल बैंकिंग उपयोग की आवृत्ति, का किसी व्यक्ति पर कोई महत्वपूर्ण प्रभाव नहीं पड़ता है। मोबाइल बैंकिंग का उपयोग करने की प्रवृत्ति।

निष्कर्ष

अध्ययन के प्राथमिक निष्कर्षों की समीक्षा करने के बाद, रिपोर्ट भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में काम करने वाले विभिन्न लाभार्थियों तक लाभ कैसे बढ़ाया जा सकता है, इसके लिए ढेर सारे सुझाव और विचार प्रदान करती है। इस अध्ययन का उद्देश्य उत्तर प्रदेश शहर में मोबाइल बैंकिंग के उपयोग के बारे में लोगों के इरादों की जांच करना था। इस खोजपूर्ण अध्ययन का उद्देश्य मोबाइल बैंकिंग के उनके इच्छित उपयोग के संबंध में उपभोक्ताओं की धारणाओं की जांच करना था। यह वर्तमान अध्ययन इस बात की जांच करता है कि प्रौद्योगिकी के विकास, बढ़ी हुई इंटरनेट पहुंच और ग्राहकों की सामाजिक-आर्थिक स्थिति में सुधार के परिणामस्वरूप बैंक ग्राहकों के पास मोबाइल बैंकिंग के संबंध में उच्च उपयोग का इरादा है या नहीं। यह सलाह दी गई है कि बैंकिंग लेनदेन को अधिक सुरक्षित बनाने के लिए नियामक अधिकारी अपने उपभोक्ताओं को मोबाइल बैंकिंग सेवाओं की डिलीवरी में नई तकनीकी उन्नयन के साथ-साथ ब्लॉक चेन तकनीक भी लागू करें। यह सुझाव दिया गया है कि वित्तीय संस्थान हैंडसेट वितरित करके और कुछ शाखाओं में लाइव प्रदर्शन काउंटर स्थापित करके मोबाइल बैंकिंग के लाभों के बारे में ग्राहकों की जागरूकता बढ़ाएँ। इन कदमों का उद्देश्य बैंकों को विभिन्न प्रचार गतिविधियों में शामिल होने के लिए प्रोत्साहित करना है जो अन्य सरकारी कार्यक्रमों के साथ मिलकर डिजिटल साक्षरता और वित्तीय समावेशन में सुधार में योगदान करते हैं। उपयोगकर्ताओं और उपयोगकर्ताओं के प्रति मित्रता, जन धन

योजना, डिजिटल इंडिया, लघु वित्त बैंकों/भुगतान बैंकों को लाइसेंस देना, आधार नामांकन आदि जैसी सरकारी योजनाओं के बारे में डिजिटल रूप से जागरूकता बढ़ाने के लिए प्रत्येक शाखा बैंकिंग इकाई में सामान्य रूप से मोबाइल बैंकिंग के बारे में जागरूकता बढ़ानी होगी। अन्य समान कार्यक्रम. बैंकों के पास नए कम लागत वाले एंड्रॉइड हैंडसेट विकसित करने की क्षमता है जिनका उपयोग केवल मोबाइल बैंकिंग के लिए किया जा सकता है और उन्हें खाता खोलने के पैकेज के हिस्से के रूप में अपने सभी ग्राहकों को वितरित किया जा सकता है। बैंकों की जिम्मेदारी है कि वे स्मार्ट फोन का उपयोग करने वालों के बीच उपलब्ध विभिन्न मोबाइल भुगतान कार्यक्रमों, जैसे कि भीम, फोनपे और अन्य के बारे में जागरूकता बढ़ाएं, ताकि ग्राहक अपनी हथेलियों पर बैंकिंग कर सकें।

संदर्भ

- [1] झू. के., क्रेमर, के.एल., और डेड्रिक, जे. ई-बिजनेस वातावरण में सूचना प्रौद्योगिकी भुगतान: वित्तीय सेवा उद्योग में ई-व्यवसाय के मूल्य निर्माण पर एक अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य। प्रबंधन सूचना प्रणाली जर्नल, 21(1), 2004, पीपी 17-54।
- [2] ऑल्ट, आर., और पुशमैन, टी. ग्राहक-उन्मुख बैंकिंग-इलेक्ट्रॉनिक बाजारों का उदय वित्तीय उद्योग में बदलाव का मार्ग प्रशस्त कर रहा है। इलेक्ट्रॉनिक बाज़ार, 22(4), 2012, पीपी 203-215।
- [3] डैप, टी., स्लोम्का, एल., एजी, डी.बी., और हॉफमैन, आर. फिनटेक-वित्तीय क्षेत्र में डिजिटल (आर) विकास। डॉयचे बैंक रिसर्च", फ्रैंकफर्ट एम मेन, 2014
- [4] सी-टू, ई.डब्ल्यू., पापागियानिडिस, एस., और वेस्टलैंड, जे.सी., ऑनलाइन और ऑफलाइन भुगतान विधियों के लिए उपभोक्ताओं की प्राथमिकताओं और उपयोग पर आय की मध्यम भूमिका। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स रिसर्च, 14(2), 2014, पीपी 189-213।
- [5] अमीन, एच. मलेशिया में ग्राहकों के मोबाइल फोन क्रेडिट कार्ड का उपयोग करने के इरादों को प्रभावित करने वाले कारक। प्रबंधन अनुसंधान समाचार, 31(7), 2008, पीपी 493-503।
- [6] चक्रवर्ती, एन. (20 जुलाई, 2015)। "इंडिया ऑन द गो - मोबाइल इंटरनेट विजन रिपोर्ट 2017"। आईएएमएआई और केपीएमजी रिपोर्ट, 2015. यूआरएल: <http://iamai.in/media/details/3679>।
- [7] पी. सारिका और एस. वसंता, मोबाइल वॉलेट अपनाने पर विश्वास के प्रभाव और उपयोगकर्ताओं की संतुष्टि पर इसके प्रभाव पर समीक्षा। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मैनेजमेंट, टेक्नोलॉजी एंड इंजीनियरिंग, 8(12), 2018, पीपी 1731-1744।

- [8] राजन्ना, डी.के., कैशलेस लेनदेन के प्रति ग्राहक की धारणा और जागरूकता; एक मामले का अध्ययन। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ एप्लीकेशन या इनोवेशन इन इंजीनियरिंग एंड मैनेजमेंट, 7(3), 2018, पीपी 33-38।
- [9] ओलिवेरा, टी., थॉमस, एम., बैट्रिस्टा, जी., और कैम्पोस, एफ, मोबाइल भुगतान: ग्राहक अपनाने के निर्धारकों को समझना और प्रौद्योगिकी की सिफारिश करने का इरादा। मानव व्यवहार में कंप्यूटर, 61, 2016, पीपी 404-414।
- [10] दासगुप्ता, सिद्धार्थ। पॉल, आरआईके, और फुलोरिया, संजय, मोबाइल बैंकिंग उपयोग के प्रति व्यवहारिक इरादों को प्रभावित करने वाले कारक: भारत से अनुभवजन्य साक्ष्य। रोमानियाई जर्नल ऑफ़ मार्केटिंग, (1), 6, 2011
- [11] के. सुमा वैली और के. हेमा दिव्या, उपभोक्ता के अपनाने के परिप्रेक्ष्य के साथ भारत में डिजिटल भुगतान पर एक अध्ययन। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ प्योर एंड एप्लाइड मैथमेटिक्स, 2018
- [12] अलखाल्दी, ए.एन., सऊदी अरब में मोबाइल बैंकिंग में ग्राहकों के मोबाइल फोन अनुभव और मोबाइल बैंकिंग सेवाओं के बारे में जागरूकता की एक अनुभवजन्य परीक्षा। सूचना, ज्ञान और प्रबंधन के अंतःविषय जर्नल, 12, 2017, पीपी 283-308।
- [13] रेनू, डी.पी., और सिंह, के, बैंकिंग सेवाओं और ग्राहकों की संतुष्टि के उपयोग पर ई-बैंकिंग का प्रभाव। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ ट्रेड इन साइंटिफिक रिसर्च एंड डेवलपमेंट, खंड-3 (अंक-4), 2019, पृष्ठ 20-23। doi:10.31142/ijtsrd23559